图书情报工作
第64卷 第17期 2020年9月

论大学图书馆阅读推广的转型*

■ 杨新涯[1] 尹伟宏[2] 王莹[2]
[1] 重庆大学图书馆 重庆 400044 [2]重庆大学经济与工商管理学院 重庆 400044

摘 要：[目的/意义]当前大学图书馆的阅读推广主要以提高阅读普及率为目标，与大学生的真实需求不相匹配。大学图书馆应聚焦自身与读者显著的学术性特征，推动阅读推广体系向服务大学生学习与研究进行转型，为大学文化育人、科研进步作出更大贡献。[方法/过程]通过文献调研与实例分析，探讨当前大学图书馆阅读推广的特征、存在的问题等，结合新的技术发展趋势与理论研究动态，提出大学图书馆阅读推广转型的新理念，对改进后的大学图书馆阅读推广体系进行诠释。[结果/结论]大学图书馆阅读推广应具有鲜明的学科导向，将数据分析贯穿全过程，注重收集、分析、加工并推广师生真实需求所对应的实质内容，充分发挥大学图书馆在大学专业教学与研究过程中的重要支撑作用。

关键词：大学图书馆 阅读推广 智慧图书馆 智慧服务 数据驱动
分类号：G252 G258.6
DOI：10.13266/j.issn.0252-3116.2020.17.006

1 引言

读书可以让人保持思想活力，让人得到智慧启发，让人滋养浩然之气[1]。对大学生来说，阅读是促进其全面发展的极佳途径，“好读书、读好书”既可以拓宽视野、提高学术水平，又可以提升思想境界，有助其在大学阶段进一步养成良好的世界观、人生观和价值观。因此，在推进全民阅读的进程中，针对大学生的阅读推广至关重要。我国在校大学生数量多年来持续增长，2018年我国普通高等学校在校学生数约为2 831万人[2]，占全国总人口的2%左右。在校大学生人数越来越多，而这一群体也具有更浓厚的阅读兴趣、更专业的阅读需求和更强的阅读能力。

大学图书馆是对大学生进行阅读推广的首要阵地。与公共图书馆不同，大学图书馆主要服务大学学术研究，属于参与教学与研究的学术性机构。而公共图书馆作为政府文化部门的分支，则以公益性文化基础设施建设、推进全民阅读为侧重。两类图书馆定位不同、使命不同，资源性质、服务对象也都不尽相同，因此在阅读推广导向上也有着“学术性”与“公益性”之不同定位与使命。“十三五”期间，我国大学图书馆界日益重视阅读推广工作，推出了数量繁多的各类活动，一定程度上提高了大学生阅读量、促进了“书香校园”的建设，然而多数活动与公共图书馆阅读推广活动相似度较高，在整体上较少体现出大学图书馆特有的“学术性”，大学图书馆的阅读推广迷失了原本的方向。在大学努力实现立德树人根本任务的当下，大学图书馆的阅读推广又该走向何方？

本研究认为，目前大学图书馆阅读推广已处于转型的关口，伴随着“十四五”规划的制定，大学图书馆需要对新时期的阅读推广进行更加大胆的思考与改进。大学图书馆的阅读推广应在适度借鉴公共图书馆做法的同时，更凸显鲜明的学术性——立足大学实际，以本为本，以支撑专业教学与研究为重点，以数据驱动为动力，出品师生真正需要的深加工内容，形成以学科为主的新的阅读推广体系。

2 大学图书馆阅读推广的概念辨析

2.1 概念辨析

阅读推广属于阅读的管理和服务，它是政府、社会团体或个人为促进阅读或改善阅读行为而采取的一种干预阅读的措施[3]。本研究认为，大学图书馆的阅读

* 本文系国家哲学社会科学基金重大项目“图书馆阅读推广理论与实践研究”（项目编号：18ZDA324）研究成果之一。
作者简介：杨新涯（ORCID：0000-0002-5267-4993），馆长，研究馆员，博士，E-mail：xinya@cqu.edu.cn；尹伟宏（ORCID：0000-0002-0424-1237），硕士研究生；王莹（ORCID：0000-0002-5560-4456），硕士研究生。
收稿日期：2019-12-22 修回日期：2020-04-28 本文起止页码：58-63 本文责任编辑：易飞

杨新涯，尹伟宏，王莹. 论大学图书馆阅读推广的转型[J]. 图书情报工作,2020,64(17):58－63.

推广是大学图书馆以立德树人为目标,采取具有创新性的服务举措介入各类大学生的阅读过程,进一步强化大学生进行学习和研究的阅读能力,使大学生通过阅读促进个人知识体系的完善和学业目标的达成。

2.2 服务边界

对于阅读推广边界的界定,目前研究较少且尚没有统一的观点。万行明的观点较为清晰,他认为阅读推广即推广阅读,就是图书馆及社会相关方面为培养读者阅读习惯,激发读者阅读兴趣,提升读者阅读水平,并进而促进全民阅读所从事的一切工作的总称[4],判断图书馆的一些服务是否属于阅读推广,应看其目的和结果是否有助于促进阅读[5]。从这个角度来说,判断大学图书馆的某类服务是否属于阅读推广即要看其目的和结果是否对大学生阅读起到实质性的促进作用。与图书馆其他类型服务一样,阅读推广从设计到最终实施也需要有相应的资源基础、技术方案和管理措施,这些在一定程度上会与教参服务、信息素养教育等其他服务存在重合。但从实施目的来看,阅读推广与其他服务又有着较大区别,如虽与教参服务资源基础相近,但教参服务注重面向师生提供课程文献资源的借阅或下载,而阅读推广更偏向于提升读者对学术性文献的使用效果;虽然与信息素养教育同样进行知识的推荐,但信息素养教育以提升大学生获取信息资源的技能水平为主,而阅读推广侧重使大学生通过阅读丰富学术性和专业性的知识储备。

2.3 读者服务需求

大学图书馆阅读推广面向的大学生读者包括本科生、硕士生、博士生等不同类型,他们对阅读推广的服务需求存在很大差异。本科生在校期间以课程学习为主,对有关学科基础知识的学术性文献需求较大,基本没有科研需求,因此阅读推广主要以满足其在专业学习过程中的需要。与本科生相比,硕士生、博士生等研究生则多以完成科研任务为学业目标,其科研需求占据了主导地位,对阅读推广的专业性有着更高的要求。

3 研究现状与问题

目前学界对于大学图书馆阅读推广的研究主要集中于以下几个方面:

3.1 阅读推广主题

大学图书馆阅读推广往往以固定的主题类型开展,吴高等认为当前高校图书馆阅读推广突出的实践特点是传统文化活动占据主导,很多高校开展的“读书节”“读书周”等阅读推广活动皆以文化活动为依托,活动雷同率高、主题单调[6]。朱原谅认为,高校阅读推广应以经典为核心和主流,目前高校图书馆阅读推广已经产生了质的变化,越来越多的高校图书馆已将阅读推广内容转向经典[7]。常青等认为高校图书馆的阅读推广工作一直以“休闲阅读”的理念作为指导,应上升到有助于学生学习专业知识、提高个人素质的高度,积极探索和实施专业阅读推广,为读者提供更加专业的阅读服务[8]。

3.2 阅读推广形式

大学图书馆阅读推广经过长期的发展逐渐形成了多样的形式,并且开始引入信息技术。郭文玲发现随机抽取的高校图书馆较为普遍的阅读推广模式为读书讲座、阅读征文、读书之星、优秀书展、影视欣赏、信息培训等,这些活动形式值得发扬光大,但各馆在“教育使命”“深化阅读”“信息保障”“和谐关系”和“艺术鉴赏”等“阅读意义”的 5 项指标上存在不同程度的缺失[9]。黄健通过向读者征求对图书推介、图书漂流、读书节开闭幕式等 17 种常规阅读推广活动的评价,认为高校图书馆的一些阅读推广活动仅有片刻热闹而无实质内容,不仅令图书馆自身徒增工作量,也无法使读者满意[10]。段梅等介绍了南京理工大学图书馆以丰富大学生校园文化活动为初衷,通过大力发展大学生读者协会、开展爱心图书漂流活动、创立“心灵氧吧”和创办读书节等来营造良好的读书氛围[11]。王洪华介绍了新加坡南洋理工大学图书馆的阅读推广成功案例,该馆以学科为导向进行资源整合,建立了可使读者快捷获取各学科信息资源的“学科屋”虚拟导航系统[12]。信息技术逐渐在阅读推广工作中得到重视,王彦力等总结得出当前大学图书馆已经出现了以多媒体、新媒体、大数据、游戏、业务流程再造为支撑的 5 种信息技术的阅读推广模式,对提升阅读推广效果有较好作用[13]。

3.3 阅读推广误区

刘彩娥认为高校图书馆阅读推广陷入了群体定位不够准确的误区,一是未分清与公共图书馆的本质区别,活动内容与后者的项目相似;二是重人文,轻科技,活动内容多停留在浅层次的“读书”层面,科研的因素较少。除群体定位不够准确外,还存在前期调研与后期效果评估不到位的问题[14]。王洪波指出,当前阅读推广仅限于特定时期的短期活动,活动临时起到的激励、引导、汇集、展示作用有限,光靠活动来宣传往往不够使读书这件事深入人心[15]。在考虑读者需求上,王小根等认为高校图书馆阅读推广对读者的个性化考虑

不够充分,往往只考虑大多数读者的共同需求,并且只考虑读者"想要读什么"而未考虑读者"应该读什么"[16]。程灿华等也指出绝大部分的高校阅读推广活动都是根据上级的要求开展的,图书馆工作人员以突击的方式来完成上级交付的任务,很少调查大学生群体真正阅读需求,所举办活动对学生缺乏吸引力[17]。

3.4 大学图书馆阅读推广存在的问题

从对研究与实践进展的分析得出,大学图书馆阅读推广工作的开展,在提高大学生阅读量、营造校园读书氛围上取得了一定的成效,同时仍存在以下 3 个主要问题:

(1)定位不明,缺少大学图书馆特色。大学图书馆阅读推广工作缺乏学术图书馆的准确定位,与公共图书馆阅读推广的区别不够明显。

(2)主题单调,活动效果有限。大学图书馆的阅读推广以休闲阅读为指导理念,多以推广经典阅读的文化活动为主要内容,主题较为单调,且多数活动持续期短,下沉不足,很难有深远的影响。

(3)较少考虑大学生个性化需求,科研因素不足。大学图书馆的阅读推广未深入调查大学生真实需求,也没有凸显大学图书馆为教学和科研服务的核心价值,活动内容缺乏吸引力,缺少辅助大学生学习与科研的因素。

综上所述,当前大学图书馆阅读推广仍较少体现出大学图书馆特色,整体上向公共图书馆阅读推广学习借鉴的部分较多。而公共图书馆支撑的是全民的阅读公平性,大学图书馆支撑的是学术研究[18],大学图书馆作为学术图书馆,显然不能像公共图书馆一样以提高阅读普及率为阅读推广目标,去解决大学生读不读书的问题,更重要的是要为大学教学与科研提供全方位、全过程的文献支撑。因此,大学图书馆的阅读推广应从大学实际出发,走一条特色鲜明的支撑专业教学与研究之路。

4 大学图书馆阅读推广的转型理念

本研究认为,大学图书馆阅读推广应立足学术图书馆定位进行转型,根据本科生、研究生等不同类别大学生的真实需求,以学术性、专业性和数据驱动为核心理念,以支撑专业教学与研究为重点,通过对学科知识深层次组织与分析,面向大学生开展学术活动、推送专业内容,以支持并引导其高效学习与研究。转型前后大学图书馆阅读推广的简明比较如表 1 所示:

表 1 转型前后大学图书馆阅读推广的简明比较

比较项目	传统的大学图书馆阅读推广	转型后的大学图书馆阅读推广
主要目标	提高大学生阅读量、繁荣大学校园文化	支撑大学生学习与研究、服务大学教学与科研
工作导向	推广休闲阅读	提供学习与研究支持
主要推广内容	经典书籍、畅销书	专业经典书籍、学科知识
驱动力	传统人工分析	数据分析
目标读者范围	多面向全校	精准到某个专业、个人
活动时间	一般在特定时点进行,时长较短暂	与学校教学日程同步,全天候进行
资源组织	浅显的汇集	深层次加工
推广方式	侧重营销的文化活动	面向内容的精准推送

大学图书馆阅读推广的转型关键在于在理念上实现转变,守正创新,把握好学术性、专业性与数据驱动 3 个核心理念:

4.1 回归学术性的根本属性

《普通高等学校图书馆规程》规定"高等学校图书馆是学校的文献信息资源中心,是为人才培养和科学研究服务的学术性机构[19]",大学图书馆应坚持"学术性机构"的定位,将学术性贯穿阅读推广工作始终。从消除知识不足到解决知识过剩,解决文献不对称一直是图书馆学的核心价值所在。随着经费的大量投入,大学图书馆馆藏资源量实现了快速的增长,大学生面临的文献不足、缺少选择等问题逐渐过渡到文献种类繁多而选择困难的问题,特别是对于从图书馆获取急需的学术文献,往往还存在一些困难。大学图书馆阅读推广应重在推广学术性文献,全力解决大学生所需学术文献缺少馆藏或复本量少的问题,并重视对不同主题学术文献进行深层次加工提炼,使大学生在快速获取到所需本学科文献外,还能获得图书馆精炼出来辅助其学习与研究的丰富内容。

4.2 围绕一流学科,持续提升阅读推广的深度

一所大学之强,首先强在其具有一流专业。虽然每所大学的学科体系各具特色,但都是各自教学与研究、使学校顺利运转的基础。一直以来,大学图书馆的资源建设和读者服务等一系列工作皆是围绕大学学科体系而开展。在"双一流"建设的大背景下,大学图书馆围绕学科专业开展工作更具有现实性与紧迫性,特别是对于阅读推广而言,更加需要在"双一流"建设中挺进学科专业一线,发挥出图书馆的支撑作用。大学图书馆阅读推广应以学科为主,以支撑专业教学与研究为重点,在学术性的基础上持续提升阅读推广的深度。大学图书馆要具有全局视野,对本校学科门类以及各专业的发展状

杨新涯，尹伟宏，王莹. 论大学图书馆阅读推广的转型[J]. 图书情报工作,2020,64(17):58－63.

况进行深入调研,全面了解各专业当前文献资源需求与前沿研究动态,与各专业建立紧密联系,进行全天候嵌入式辅助。阅读推广活动的开展目标需要更加明确,下沉到某一专业的大学生为推广对象,资源的选取、活动内容的设计等更具有针对性,开展覆盖面虽小但真正对某一专业大学生有益的推广活动。

4.3　用数据驱动全流程,使阅读推广智慧化

大学图书馆在智慧图书馆建设方面已经取得成效,大学生在图书馆已然可以享受到越来越多的智慧服务,读者体验实现了良好改善。大学图书馆要适应时代发展的步伐,像馆藏图书一样管理数据,让海量图书馆数据改变阅读推广,通过数据驱动实现阅读推广的智慧化。数据驱动包括数据组织、数据展示与数据服务,大学图书馆需要针对阅读推广进行顶层设计,从以上三方面制定阅读推广各流程数据运用的技术标准,形成规范的阅读推广数据驱动模式。实行数据驱动,不只是追求让图书馆在阅读推广的技术水平上更进一步,根本上是要实现发现和满足读者需求,帮助解决以往读者需求不明、推广效率一般的问题,补齐智慧图书馆在阅读推广方面的短板。

5　转型的大学图书馆阅读推广体系

围绕学术性、专业性与数据驱动的核心理念,大学图书馆应确定阅读推广的重点方向,完善包括数据分析在内的业务流程,构建起高效的阅读推广体系,如图1 所示:

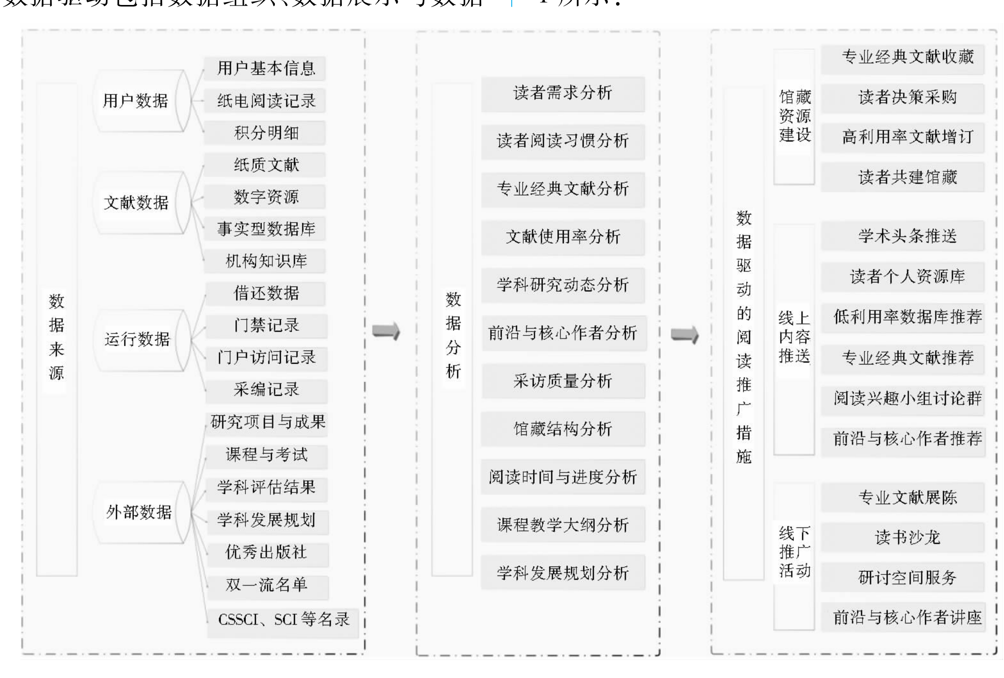


图1　转型的大学图书馆阅读推广体系

在大学图书馆阅读推广体系中,大学图书馆应重点做到以下4 点:

5.1　细化专业经典文献的梳理与收藏

图书馆阅读推广是以文献内容为基础的[20],作为学术图书馆,大学图书馆阅读推广的基础则是具有学术性的专业经典文献。专业经典文献包括专业领域内学术专著、核心期刊等,经过多年的打磨,它们积淀了各专业的必备知识,或是成为了顶尖的学术成果发布平台,是各专业学习入门、教学研究必读的文献。以北京师范大学图书馆为例,该馆对 Scopus 数据库 2016－2018 年教育学科领域图书的引用数据进行统计与分析,整理并发布了教育学科高被引图书榜[21],为教育学专业大学生提供了很好的参考。与推广其他种类的文献相比,推广专业经典文献更契合大学生的真实需求,若是没有了对专业经典文献的推广,大学图书馆的阅读推广也就失去了应有之义。

相关专业的经典文献有哪些?是否已经收藏?这是大学图书馆进行阅读推广所需深入了解的问题。大学图书馆在馆藏策略上要坚持以学术文献类资源建设为核心,通过图书增订、读者推荐、读者决策采购(PDA)等方式提高采访质量,尽量补齐每个专业的专业经典文献馆藏缺口,兼顾本科生、硕士生和博士生的文献需求,在各专业纸本书籍、学术期刊与电子资源的馆藏上都要努力做到更加齐全与完备,使馆藏结构朝建设学术图书馆的方向优化,构筑起阅读推广支撑专业教学与研究的文献基础。

5.2 创新数字文献资源的推广

数字文献资源在各大学图书馆的文献购置经费中占比越来越高，不少大学图书馆的这个比例已经超过了纸质文献，这与大学生对数字文献资源的强烈需求相契合。然而当前大学图书馆阅读推广的内容是以纸质文献为主，数字文献的推广还相对滞后，大学图书馆亟需通过创新性推广提高推广绩效，一方面使成本昂贵的数字文献资源实现价值最大化，另一方面使大学生能从数字文献资源中受益更多。

低利用率数据库的推广是数字文献资源推广的重点。与热门数据库一样，低利用率数据库也有它的独特价值，大学图书馆需要对其使用价值进行发掘和归纳，在图书馆自有和校内其他主流微信公众号平台进行宣传，并在智慧图书馆主页设置快捷入口，提高此类数据库的可见度，以加深读者对其的了解与应用。大学图书馆还可根据大学生不同需求场景对数字文献资源进行加工和推送。如面向学术头条的追踪，大学图书馆可以借助人工智能技术，汇总某一专题读者的文献阅读情况进行分析，筛选高质量数字文献，补充主题或者介绍，为读者提供特定主题的专题目录；面向课外学习与休闲，支持读者设立可以自由组织的个人资源库，使读者可以从馆藏数字文献资源中，收藏感兴趣的电子图书、期刊文献、学术视频等。

5.3 加强前沿作者与核心作者的推荐

前沿作者与核心作者是一个学科内研究水平位居前列的学者群体，他们代表了一个学科的研究主流，对这两类作者进行归纳与推广，有助于大学生特别是研究生快速找到研究前沿，明确专业研究热点，使学术研究靠近前沿，少走弯路。对于此类事实型数据，馆员应熟练掌握学术分析与评价方法，通过ESI、CNKI等数据库分析得出各专业前沿作者与核心作者，归纳此两类作者的细分研究领域，对他们的学术成果与合作网络进行整理，配以可视化图表，制成速报推送给读者。

围绕各专业前沿作者与核心作者，大学图书馆还可进一步将阅读推广做得更加深入。如邀请前沿作者与核心作者来校做学术报告与写作指导，使大学生可以面对面和他们沟通学术问题，获得阅读指南，快速与研究前沿接轨；将对某一位作者研究领域兴趣浓厚的大学生们组织起来建立研究小组，联系本学科专业教师作为指导教师，并安排工作能力强的馆员同步提供文献服务；对标分析本校作者和同领域或相似领域前沿作者与核心作者的差距，除提供对标分析报告外，还要着重为本校走在前列的作者给予图书馆服务上的支持，力争其有新的突破，成为领域内领先的作者。

5.4 合理选择阅读推广的方式与时间

大学图书馆阅读推广效果的提升，需要对推广的方式与时间有一个精准的把握。大学图书馆阅读推广应改变以往较少考虑读者特征的情况，在符合图书馆读者隐私政策的前提下，对读者数据进行分析，了解大学生阅读的细节，掌握他们的阅读习惯，做到一切以读者需求为导向，选择读者接受度最佳的推广方式与推广时间，实现个性化的阅读推广。

在推广方式的选择上，大学图书馆可为某一相似读者群体设计专门的阅读推广方案。如根据读者课程数据，对学习同一课程的本科生，可编制辅助其延伸学习的专业基础类书籍阅读目录；对于借阅数、下载量等数据量很小甚至为零的同学，有必要对他们产生此类现象的原因进行调研，解决可能影响读者使用资源的障碍；面向阅读某一专题文献数量较多的同学，可进一步筛选同类型高质量文献进行推送，还可通过建立线上讨论群组、组织线下沙龙等方式为读者群体提供交流渠道。在推广时间的选择上，大学图书馆可以从数字阅读应用后台数据了解读者阅读的时间与进度，选择每位读者阅读效果较佳的时间。例如重庆大学图书馆通过整理京东阅读平台中本校读者数字阅读"阅"的详细数据，可获知读者具体的阅读高峰时段，即可选择在这些时段进行服务信息推送、活动发布等，以提高读者有效接收率[22]。

6 展望

大学图书馆在过去将阅读推广的出发点归于读者在阅读上的偏差，如阅读意愿不强、阅读方法不当，需要图书馆来教他们读什么、怎么读。而实际上大学生知识水平相对较高，已经经过长期的阅读训练，形成了稳定的阅读喜好，因此对大学图书馆而言，与其从大学生身上找问题，不如思考自身存在的不足，尤其是学术文献服务的推广。

提出大学图书馆阅读推广转型的思考，就是明确和坚持现在和以往活动的区别，掌握"学术图书馆"的定位，使大学的阅读推广真正符合大学的需要、满足大学生的需求，减少与公共图书馆阅读推广相类似的传统做法，紧紧抓住支撑教学与研究这个中心，走大学图书馆特有的道路，并且充分发挥数据和信息化的作用，使阅读推广更具智慧。这是推动大学图书馆在大学生态圈中发挥出显著作用的一场升级，将为大学创建一流高校和一流学科、实现立德树人根本任务作出更大贡献。

参考文献：

[1] 辛识平. 读书，习近平倡导的生活方式[EB/OL]. [2020-04-

20]. http://www.xinhuanet.com/politics/2017-04/23/c_1120859093.htm.
[2] 中华人民共和国国家统计局. 高等教育学校(机构)学生数[EB/OL]. [2020-04-20]. http://data.stats.gov.cn/easyquery.htm? cn=C01&zb=A0M0D&sj=2018.
[3] 范并思. 阅读推广的服务自觉[J]. 图书与情报,2016(6):72-76.
[4] 万行明. 阅读推广——助推图书馆腾飞的另一支翅膀[J]. 当代图书馆,2011(1):7-11.
[5] 王宁,邓朝全,杨新涯. 阅读推广基础理论的探索与构建——第一届全国图书馆阅读推广理论研讨会综述[J]. 图书馆论坛,2017,37(6):97-101.
[6] 吴高,韦楠华. 我国高校图书馆阅读推广所存在的问题与对策研究[J]. 图书情报工作,2013,57(3):47-51.
[7] 朱原谅. 高校图书馆阅读推广发展特点与关键发展问题探析——对"第三届大学生阅读推广峰会"的评述与思考[J]. 图书馆杂志,2019,38(3):33-38.
[8] 常青,李慧. 专业阅读推广驱动高校图书馆可持续发展[J]. 图书馆界,2019(1):57-60,74.
[9] 郭文玲. 高校图书馆阅读推广策略分析与研究[J]. 图书馆论坛,2012,32(6):53-56.
[10] 黄健. 高校阅读推广活动的影响因素及其评价[J]. 大学图书馆学报,2013,31(2):93-96.
[11] 段梅,范丽娟,赵晖. 南京理工大学图书馆的阅读推广创新[J]. 大学图书馆学报,2011,29(4):86-89,115.
[12] 王洪华. 国外高校图书馆阅读推广活动及启示[J]. 图书馆学刊,2014,36(8):137-140.
[13] 王彦力,刘芳兵,杨新涯. 以信息技术为支撑的阅读推广模式研究[J]. 大学图书馆学报,2016,34(4):30-35.
[14] 刘彩娥. 国内高校图书馆阅读推广活动的几个误区[J]. 图书馆,2014(3):111-112,123.
[15] 王洪波. 高校图书馆阅读推广的困境与突围[J]. 图书馆学刊,2014,36(5):69-71.
[16] 王小根,任春兰,王露露. 高校图书馆混合式阅读推广环境构建研究[J]. 图书情报工作,2017,61(S2):38-42.
[17] 程灿华,钟良健. 高校图书馆阅读推广服务的创新[J]. 图书情报工作,2014,58(S1):104-106.
[18] 杨新涯. 没有大数据就不会有智慧图书馆[N]. 新华书目报,2019-07-26(2).
[19] 中华人民共和国教育部. 教育部关于印发《普通高等学校图书馆规程》的通知[EB/OL]. [2020-04-25]. http://www.moe.gov.cn/srcsite/A08/moe_736/s3886/201601/t20160120_228487.html.
[20] 李东来. 对图书馆阅读推广的思考[J]. 图书馆论坛,2018,38(9):114-118.
[21] 北京师范大学图书馆. 教育学科高被引(2016-2018年)图书榜单新鲜出炉[EB/OL]. [2020-04-16]. https://mp.weixin.qq.com/s/anqo9d69gERGdoxShiH4og.
[22] 杨新涯,王莹,刘义勇,等. 精细化数字阅读行为数据研究——以重庆大学京东阅读平台为例[J]. 图书馆论坛,2019,39(6):116-124.

作者贡献说明：
杨新涯：确定论文思路和框架，修改论文；
尹伟宏：撰写及修改论文；
王莹：修改论文部分内容。

Research on the Transformation of Reading Promotion in University Libraries

Yang Xinya[1]　Yin Weihong[2]　Wang Ying[2]
[1] Chongqing University Library, Chongqing 400044
[2] School of Economics and Business Administration, Chongqing University, Chongqing 400044

Abstract: [**Purpose/significance**] The current reading promotion in university libraries is mainly aimed at increasing the popularity of reading, which does not match the real needs of college students. University libraries should focus on their significant academic characteristics with readers, promote the transformation of the reading promotion system to serve the learning and research of college students, and make greater contributions to the education of university culture and scientific research progress. [**Method/process**] Through literature research and case analysis, this paper explored the characteristics and problems of current reading promotion in university libraries, and combined new technological development trends and theoretical research trends to propose a new concept for the transformation of reading promotion in university libraries, and interpreted the improved reading promotion system in university libraries. [**Result/conclusion**] Reading promotion in university libraries should have a clear disciplinary orientation, integrate data analysis throughout the entire process, focus on collecting, analyzing, processing, and promoting the actual content of the real needs of teachers and students, and give full play to the important supporting role of university libraries in the teaching and research process of university specialty.

Keywords: university library　reading promotion　smart library　intelligence service　data-driven